

BAB IV

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

4.1.1 Penyebab Rendahnya Minat Beli Terhadap Kopi Exotic

Alasan mengapa produk kopi Exotic milik PT. Rolas tidak menarik minat beli konsumen adalah kurangnya informasi yang didapat oleh konsumen mengenai produk tersebut. Selain ketika produk ditawarkan secara bersamaan dengan produk yang lain, produk ini seperti tenggelam oleh produk-produk yang lain. Sehingga konsumen tidak begitu memperhatikan produk ini.

Salah satu konsumen berpendapat bahwa yang membuat kopi ini tidak begitu menarik adalah tidak adanya pembeda yang kuat antara kopi Exotic dengan kopi-kopi yang beredar dipasaran. Sehingga konsumen beranggapan bahwa kopi Exotic sama saja dengan kopi-kopi lain yang beredar dipasaran.

4.1.2 Strategi STP yang Diterapkan

Segmentasi dari produk ini ditujukan kepada konsumen kalangan menengah kebawah. Hal ini ditunjukkan dari pengelompokan merek kedala kelompok produk regular yang memang ditujukan kepada konsumen menengah kebawah.

Target produk ini adalah para peminum kopi dikalangan konsumen menengah kebawah. Target ini dipilih karena konsumen menengah kebawah tidak begitu peduli akan kualitas produk kopi yang ada. Sehingga bagi para peminum kopi yang mayoritas tidak begitu memperhatikan komposisi kopi, target ini dirasa sangat cocok. Namun karena adanya perbedaan harga antara

produk ini dengan produk-produk yang sudah ada dipasaran. Sasaran produk inipun lebih memilih produk-produk pesaing yang harganya lebih murah dibandingkan dengan produk ini.

Positioning dari produk kopi Exotic milik PT. Rolas ini kurang begitu bagus. Karena konsumen ketika ditanya mengenai kopi campuran jagung. Maka yang terlintas dalam benak konsumen adalah kopi curah atau kopi-kopi yang saat ini beredar dipasaran.

4.1.3 Bauran Pemasaran yang Dapat Digunakan

Bauran Pemasaran yang dapat digunakan oleh PT. Rolas untuk produk ini adalah sebagai berikut:

1. Product

Untuk produk PT. Rolas dapat mengganti kemasannya menjadi lebih menarik lagi. Baik itu dari segi pemilihan warna atau tampilan yang akan digunakan dalam kemasan produk ini. Dan juga jika PT. Rolas ingin menunjukkan keunggulan dari biji kopi yang digunakan, maka itu bisa ditunjukkan pada kemasannya.

2. Price

Untuk harga jika memang dapat dikurangi hingga perbedaan harga antara produk pesaing dan produk kopi Exotic milik PT. Rolas, mungkin hal itu dapat menarik minat konsumen untuk membeli.

3. Place

Untuk penjualan produk ini, sebaiknya dilepas ke ritel. Karena produk ini dirasa sangat mampu bersaing dengan produk-produk yang sudah ada saat ini.

4. Promotion

PT. Rolas selama ini kurang begitu gencar dalam melakukan kegiatan promosi untuk produk ini. Sehingga produk ini kurang

begitu dikenal oleh kalangan konsumen. Jika PT. Rolas ingin melakukan kegiatan promosi, baiknya PT. Rolas dapat melakukan promosi berupa iklan melalui media cetak baik itu lokal maupun nasional. Selain media cetak, PT. Rolas juga dapat melakukan kegiatan promosi iklan melalui media elektronik baik itu televisi maupun radio. Jika memang dana yang digunakan untuk kegiatan promosi ini terbatas, Perusahaan dapat menggunakan media sosial. Namun jika menggunakan media sosial, perusahaan harus mampu menjaga komunikasi yang baik antara pihak perusahaan dan konsumen.

4.2 Saran

Saran dari penulis untuk PT. Rolas Nusantara Mandiri adalah sebagai berikut:

1. Menetapkan STP yang konsisten untuk produk ini dimulai dari membagi pasar, penentuan sasaran dari pengelompokkan yang sudah dilakukan, dan melakukan *positioning* produk dalam benak konsumen sarasannya.
2. Untuk kemasan baiknya diganti dengan kemasan yang lebih menarik baik itu mengganti warna kemasan atau desain kemasan menjadi lebih menarik perhatian sehingga tidak terlalu *plain* seperti kemasan yang sekarang digunakan.
3. Untuk harga jika bisa diturunkan mendekati harga pesaing agar mampu menarik minat beli konsumen.
4. Melepas produk ke ritel agar penjualan dapat meningkat dan produk lebih mudah didapat oleh konsumen.
5. Menggiatkan kegiatan promosi seperti dengan mengiklankan produk di media cetak dimulai dari media cetak lokal dahulu agar dapat menarik minat pasar Jawa Timur. Kemudian jika memungkinkan pemasangan iklan juga dapat dilakukan di media cetak nasional untuk menarik pasar yang

lebih luas lagi. Selain media cetak, iklan ini juga dapat dipasang di media elektronik. Sama seperti media cetak, iklan media elektronik ini juga dimulai dahulu dari media elektronik lokal seperti saluran televisi lokal dan saluran-saluran radio lokal agar dapat menarik minat pasar Jawa Timur. Namun jika dana yang ada untuk promosi sangat terbatas, perusahaan dapat memanfaatkan promosi melalui media sosial. Dengan mendekatkan diri dengan **target pasar** melalui media sosial, diharapkan dapat membantu perusahaan menanamkan *positioning* produk ini dengan baik dalam pikiran konsumen. Namun jika memang media sosial yang nantinya dipilih untuk melakukan promosi, perusahaan harus mampu menjaga komunikasinya dengan baik kepada konsumen atau target pasar dari produk ini.

